

„Langeweile wird es nicht geben“

Der Party Service Bund Deutschland e.V. sieht sich als Hauptansprechpartner für alle Belange des Partyservices und als der führende Branchen- und Berufsfachverband in Deutschland. Bundesgeschäftsführer Wolfgang Finken sprach im Interview mit *Die Fleischerei* über die Bilanz 2018, Branchenentwicklungen und Trends.



Bundesgeschäftsführer Wolfgang Finken zieht eine positive Bilanz 2018 und sieht weiterhin gute Marktchancen für die Partyservice-Branche.

Party Service Bund Deutschland

Die Fleischerei: Jedes Jahr frage ich Sie nach der geschäftlichen Entwicklung in der Partyservice-Branche und unter Ihren Mitgliedsbetrieben. Bisher hatten Sie da immer Grund zur Freude. Gilt das auch im Rückblick auf das Jahr 2018?

Wolfgang Finken: Ja, an dieser Tradition können wir erfreulicherweise weiterhin anknüpfen. Die Auftragsbücher für 2019 sind in der Regel gut gefüllt und die Planungen für 2020 bereits angelaufen. Einer repräsentativen Befragung der Mitgliedsbetriebe zufolge sind fast alle zufrieden oder sogar sehr zufrieden und blicken zuversichtlich auf das kommende Jahr.

Die Geschäfte könnten aber noch besser gehen und die Unternehmer aus Partyservice und Catering noch zufriedener sein, wenn wir positivere Rahmenbedingungen seitens der Politik hätten. Ein Dauerbrenner ist die Bürokratisierung, die unglaublich viel Personal, Zeit und letztlich Geld bindet. Hier könnte die Politik entlastend

wirken, ebenso wie etwa beim Dieseltaxi: Viele Partyservice-Unternehmer und Caterer sind mit Dieselfahrzeugen unterwegs und hochgradig verunsichert.

Die Fleischerei: Lassen Sie uns bitte die Auftraggeber etwas genauer anschauen. Beobachten Sie da Verschiebungen und Veränderungen, die für die Branche von Interesse sein könnten?

Wolfgang Finken: In der Tat. Wir beobachten da einige spannende Veränderungen. So steigt die Zahl jüngerer Auftraggeber deutlich, während wir es noch vor zehn Jahren überwiegend mit Auftraggebern ab 60 Jahren zu tun hatten. Denn auch viele junge Menschen verfügen heutzutage über die finanziellen Mittel, um eine private Feier von einem Partyservice-Unternehmen ausrichten zu lassen. Nicht selten sind in den Haushalten dieser Klientel Hightechküchen vorhanden, aber es fehlt die Bereitschaft

oder Fähigkeit, für die eigenen Gäste zu kochen. Das ist zwar eine etwas seltsame Entwicklung, aber gut für unsere Branche.

Die Fleischerei: Wie sieht es mit Veranstaltungen und Events im gewerblichen Bereich, also mit Firmen als Auftraggebern aus?

Wolfgang Finken: Die Investitionsbereitschaft im gewerblichen Bereich ist nach unseren Feststellungen seit der wirtschaftlichen Erholung in der Bundesrepublik ab 2010 ungebrochen. Unternehmen und Institutionen hinterlegen in ihren Jahresetats entsprechende Mittel. Der Grund: Die Chefs wissen, dass solche Veranstaltungen und Events dem Image dienen und die Mitarbeiter- und Kundenbindung stärken.

Die Fleischerei: Welche besonderen Trends im Partyservice stellen Sie fest?

Wolfgang Finken: Unsere Branche ist ständigen Veränderungen und Neuerungen unterlegen. Wer sich hier nicht kontinuierlich fortbildet, etwa mit Hilfe des Party Service Bundes Deutschland e.V., ist schnell vom Markt verschwunden.

Im Foodbereich gibt es natürlich Entwicklungen, die im Auge bleiben müssen. Regionale Speisen, gerne mit Biocharakter, werden immer beliebter. Die Herkunft des Fleisches wird mit steigender Tendenz von den Gästen nachgefragt. Auch vegetarische und vegane Speisen haben ihre Berechtigung. Allerdings wird für einen Großteil der Veranstaltungen nach wie vor das klassische Buffet mit italienischen Vorspeisen, drei Sorten Fleisch und mehreren Varianten von Kartoffeln gebucht.

Bei der Abwicklung des Caterings ist darauf zu achten, dass die Kunden

Abwechslung immer mehr zu schätzen wissen und für Langeweile oder 08/15 nicht viel übrig haben. Folgerichtig ist der Entertainment-Charakter beim Catering für das Gelingen einer Veranstaltung wesentlich entscheidender als früher.

Die Fleischerei: Wie steht es um die Verbindung von Lebensmitteleinzelhandel und Partyservice, von der immer häufiger die Rede ist?

Wolfgang Finken: Das ist eine Entwicklung, die mit großem Tempo voranschreitet. Mittlerweile betreiben viele selbstständige Kaufleute neben ihrem Kerngeschäft einen professionellen Partyservice und bieten alle erforderlichen Dienstleistungen, die dieser Markt erfordert.

Die Fleischerei: Und was sagen Sie als Verband dazu?

Wolfgang Finken: Wir begrüßen diese Entwicklung sehr und haben bereits zahlreiche dieser Betriebe unter unseren Mitgliedern.

Die Fleischerei: Viel die Rede ist von Nachhaltigkeit und Green Catering. Haben wir es hier mit einem Hype oder einer tatsächlich ernst zu nehmenden Entwicklung zu tun?

Wolfgang Finken: Nachhaltigkeit im Sinne von Regionalität, im Sinne von mehr Bewusstsein für die Herkunft der Produkte, im Sinne von großer Aufgeschlossenheit für ökologische, soziale und ethische Belange – das ist kein Hype. Hierbei handelt es sich um ein Leitthema der Zukunft.

Viele Kunden, und das übrigens quer durch alle Altersgruppen, fordern genaue Informationen ein. Darauf müssen sich die Unternehmen natürlich unbedingt einstellen, falls sie das noch nicht getan haben. Allerdings ist zu beachten: Nicht überall ist ein derartiges Catering gewünscht. Es gibt durchaus Veranstaltungsformen, bei denen Stil und Etikette absolut im Vordergrund stehen.

Die Fleischerei: Wie verankert ist dieses Thema in seinen vielfältigen Erscheinungsformen bereits in der Branche und unter Ihren Mitgliedern?

Wolfgang Finken: Die meisten Partyservice-Unternehmer und Caterer haben das Thema bereits in unterschiedlichen Ausprägungen in ihre betriebliche Praxis integriert. Das trifft zum Beispiel auf das Party-Service-Bund-Mitglied BerGourmet aus Hamburg zu. Größter Wert wird hier auf qualitativ hochwertige Rohstoffe und Nachhaltigkeit gelegt. So verzichtet das Unternehmen komplett auf Geschmacksverstärker und weitgehend auf Farbstoffe. Die eingesetzten Produkte werden hauptsächlich aus der Region bezogen.

Weiteres Beispiel aus der Mitgliedschaft: Der Partyservice Thutewohl aus Oberhausen-Rheinhausen hat schon 2006 die damals modernste Cateringküche Baden-Württembergs eröffnet. Das Unternehmen wirbt mit einer Umwelterklärung. Sonnenkollektoren mit knapp 11 KWp produzieren Strom aus der Sonne. Solarelemente bereiten Heißwasser aus der Sonnenenergie auf. Es wird kein Einweggeschirr verwendet, selbst nicht für das eigene Menütaxi.

„Regionale Speisen, gerne mit Bio-Charakter, werden immer beliebter.“

Wolfgang Finken, Bundesgeschäftsführer Party Service Bund Deutschland e.V.

Anknüpfungspunkte für die Integration der Nachhaltigkeit in die betriebliche Praxis gibt es viele – zum Beispiel, wenn es darum geht, die Lebensmittelverschwendung einzudämmen oder ein Buffet in erster Linie mit Lebensmitteln zu bestücken, die zu der jeweils herrschenden Jahreszeit und in die Region passen.

Die Fleischerei: Herr Finken, was waren die wichtigsten Themen und Aktivitäten, mit denen sich der Party Service Bund Deutschland e.V. 2018 befasst hat?

Wolfgang Finken: Da könnte ich lange referieren. Denn in unseren Beratungsgesprächen mit unseren Mitgliedern haben wir uns im Grunde genommen mit allem befasst, was Betriebsführung, Management und Marketing in Partyservice und Catering

betrifft. Wir haben zu verschiedenen Themen, die die Branche betreffen, unsere Positionen nach draußen getragen – zum Beispiel zu Minijobs und Mindestlohn, die arbeitgeberfreundlicher ausgestaltet werden müssen, oder zum Tierwohl-Label, das unseres Erachtens auch für Gastgewerbe und Catering verbindlich gelten sollte.

Wir haben weiter an unserem Netzwerk aus Lieferanten, Vertragspartnern und Kooperationspartnern geknüpft. Besonders stolz sind wir auf den „Energiepool Party Service Bund“, den wir im Herbst gemeinsam mit der Ampere AG gebildet haben. Sein Ziel ist mehr Orientierung im Tarifsdschungel des deutschen Energiemarktes.

Wir haben unsere Aktivitäten in den Sozialen Medien und hier insbesondere auf Facebook intensiviert. So haben wir auf Facebook die Gruppe „Catering: Netzwerk für Unternehmer“ gegründet, die zum Meinungs- und Erfahrungsaustausch anregen soll.

Ein wichtiges Anliegen war es uns 2018 ebenfalls, zu verdeutlichen, welche Alleinstellungs- und Abgrenzungsmerkmale die Mitglieder des Party Service Bundes Deutschland e.V. gegenüber Mitbewerbern haben. Kernelement ist das Logo unseres Verbandes. Das ist patentrechtlich geschützt und darf ausschließlich von den Mitgliedern verwendet werden. Die Verwendungsmöglichkeiten sind äußerst vielfältig.

Die Fleischerei: Und wie sieht der Ausblick auf 2019 aus?

Wolfgang Finken: Wir wollen auch 2019 der Hauptansprechpartner für alle Belange des Partyservices sein und der führende Branchen- und Berufsfachverband bleiben. Langeweile werden wir dabei sicherlich nicht haben.

Marius Forst für Die Fleischerei.